

*Памяти профессора  
экономического факультета ТГУ  
М.П. Евсеева  
посвящается*

**Развитие научно-образовательного  
потенциала Сибири  
Материалы Всероссийского  
научно-методического семинара  
3-4 октября 2002 года**

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТОМСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Томск – 2002

## **ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК МЕХАНИЗМ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК И НАУКОЕМОЙ ПРОДУКЦИИ НА РЫНОК**

**Л.Ф.Шмидт**

*Томский государственный университет*

Мировая практика показывает, что в условиях рыночной экономики одним из эффективных механизмов реализации инновационного процесса является проведение информационно-рекламных мероприятий, превращение выставочной деятельности в один из важнейших элементов государственной научно-технической и экономической политики. Выставки признаны одним из самых эффективных инструментов маркетинга, так как в них одновременно участвуют научные специалисты, производители и потребители. Выставки формируют естественную пространственную и предметную среду для ознакомления представителей делового мира и общественности с техническими, научными, экономическими, культурными и социальными достижениями, дают представление об экспортных возможностях стран, регионов, отраслей, отдельных предприятий и организаций. Продвижению отечественных конкурентоспособных разработок и технологий на рынки наукоемкой продукции способствует проведение отечественных и международных инновационных и специализированных выставок. В ходе организации и проведения комплекса инновационных выставочных мероприятий (выставок, конференций, семинаров, презентаций, конкурсов) представляется возможность реализовать процесс коммерциализации результатов научных исследований и опытно-конструкторских разработок в целях создания российского цивилизованного рынка перспективной инновационной продукции.

Все участники выставочного процесса ориентируют свою деятельность на создание в России и в государствах-участниках СНГ системы цивилизованного выставочного бизнеса, включающего организацию выставок, конференций, развитие выставочного и делового туризма. Формирование в единый сектор этих перспективных и исключительно важных для экономики и общества отраслей является важным фактором для поступательного развития науки и производства, налаживания эффективных экономических, культурных связей в мировом сообществе.

Кроме того, возрастает значение выставок как источника объективной информации о состоянии научной и производственной сферы, как инструмента маркетинга научно-технических и инновационных разработок, для рекламы продукции, поиска перспективных деловых партнеров.

В нашей стране выставочная деятельность имеет огромный потенциал развития не только в столице, но и в регионах. Выставочные объединения из различных регионов России – Всероссийский выставочный центр, Выставочное объединение РЭСТЭК (Санкт-Петербург), ВАО «Нижегородская ярмарка», Международный выставочный центр «Сибирская ярмарка» (Новосибирск), региональные центры научно-технической информации, успешно решающие задачи вовлечения в инновационный процесс научных учреждений и промышленных предприятий регионов, обладающих значительной научной, технической, производственной базой и развитой образовательной системой. В настоящее время Россия пытается занять достойное место в международной выставочной индустрии.

Выставочная деятельность может сыграть определяющую роль в решении проблемы выявления наиболее перспективных инновационных разработок в различных отраслях экономики и производства, в поддержке отечественного производителя, стать инструментом пропаганды проводимых в России экономических преобразований. Реализация приоритетных выставочных программ на практике способствует формированию и развитию механизмов инновационной деятельности как средства привлечения инвестиционных ресурсов в научно-техническую и производственные сферы, развитию делового сотрудничества в инновационной сфере.

Главной целью инновационных выставок является обеспечение условий для эффективного взаимодействия представителей научных организаций, промышленных предприятий, финансовых и деловых кругов. Именно здесь предоставляются практически неограниченные возможности для обмена опытом и оценки своих шансов в конкурентной среде, для установления и развития деловых контактов, которые невозможно заменить самими информационными технологиями, для осуществления предпринимательской политики своего предприятия или научной организации и объективной проверки правильности управленческих решений.

Приоритетным направлением в выставочной деятельности Томского государственного университета стало участие в многочисленных российских и международных выставках инновационной направленности. В числе наиболее значимых и важных инновационных выставок следует отметить международную выставку-ярмарку «Инновации. Новые материалы и химические продукты» (Москва, 2000), международную выставку-конгресс «Высокие технологии. Инновации. Инвестиции» (Санкт-Петербург, 1999, 2000), международную промышленную выставку «Сибирь: Экспорт-Импорт» (Новосибирск, 1999) и ряд других. Столь активному участию университета в выставочной деятельности предшествовала длительная, целенаправ-

ленная работа по отбору конкурентоспособных научных разработок, обладающих высокой инновационной привлекательностью. По итогам конкурсного отбора разработки, получившие признание общественности и профессионального жюри на инновационных выставках, были рекомендованы для включения в состав экспозиции Минпромнауки России на международных выставках-салонах изобретений и инноваций в Брюсселе (1997,1999) и Женеве (2000), выставке «Передовые российские технологии» в Берлине (2000).

При проведении экспертизы во время конкурсного отбора научных разработок учитывались следующие критерии оценок: наличие документов, удостоверяющих права на объекты интеллектуальной собственности, на производство и реализацию продукции (технические условия, сертификаты соответствия и безопасности, договора на поставку продукции, другие документы, подтверждающие степень готовности инновационных проектов к коммерциализации). Определяющим критерием, безусловно, является наличие опытно-промышленного образца, подтверждающего высокую степень готовности научной разработки к серийному производству. Создаваемые единичные экземпляры, экспериментальные и опытные партии служат, главным образом, для их рекламы на выставках, специализированных салонах и экспозициях с целью продвижения на рынок.

Впервые удалось использовать возможность выставочной деятельности как эффективного инструмента маркетинга в продвижении разработок Томского государственного университета на рынки наукоемкой продукции. Научные разработки в области создания новых материалов и лазерных технологий, отвечающие конкурсным критериям, на равных конкурировали с разработками академических и отраслевых институтов. Конкурсным требованиям международных инновационных выставок в полной мере соответствовали разработки, представленные НИИ медицинских материалов и имплантатов при СФТИ и ТГУ и Медико-инженерным центром СФТИ (В.Э. Гюнтер), Томским инновационным центром Западной Сибири при ТГУ (А.Н. Солдатов), Инновационно-технологическим и научно-образовательным центром ТГУ (Ю.А. Бирюков).

Определяющими факторами эффективности проведенных инновационных выставочных мероприятий является деловая программа, ориентированная на формирование конструктивного подхода к реализации механизмов инновационной деятельности: научно-технические конференции, семинары, круглые столы по вопросам международной кооперации в научно-технической сфере, формирования российского рынка инвестиционно-привлекательных инновационных проектов, коммерциализации технологий, венчурного финансирования, использования интеллектуальной собственности в стратегии предприятий,

трансфера технологий, кадрового обеспечения инновационно-технологической сферы; семинары-презентации, в том числе конкурсные, перспективных проектов и разработок по важнейшим научно-техническим направлениям; ярмарки инновационных проектов, на которых разработки представлены в специальном формате бизнес-предложений, позволяющем оперативно провести оценку их коммерческого потенциала; конкурсы инновационных проектов и разработок, предусматривающие как предварительную экономическую экспертизу проектов и разработок, так и общую экспертизу в рамках выставочных мероприятий; работа информационно-консалтинговых центров по вопросам бизнес-планирования, финансирования, правовой охраны и введения в хозяйственный оборот объектов интеллектуальной собственности и другим актуальным проблемам инновационной деятельности.

Важнейшей целью выставочной деятельности является широкое ознакомление научной общественности и специалистов с перспективными разработками университета, которое позволило привлечь потенциальных инвесторов в рамках федеральных и региональных инновационных программ для промышленного освоения и продвижения их на российский и международный рынки. Разработки университета вошли в каталоги международных и всероссийских выставок. Участие в выставках предоставило реальную возможность установить новые профессиональные контакты и получить компетентную специализированную информацию. Были заключены соглашения о проведении совместных работ, на поставку разработанной продукции, получены заявки на изготовление опытной партии продукции, поступил ряд предложений по внедрению разработок университета в производство.

Однако следует отметить, что в плане организации выставочной деятельности в России еще имеются значительные резервы. Для повышения эффективности выставочных мероприятий необходимо обратить внимание на следующие проблемы: координацию мер по поддержке на федеральном и региональном уровне выставочной деятельности научных организаций и промышленных предприятий, проведение профессиональных рейтингов и конкурсов, совершенствование системы систематической оценки эффективности выставочных мероприятий с учетом их социальной и экономической востребованности, формирование определенной категории специалистов по коммерциализации технологий и управлению технологическими инновациями, формирование единого специализированного информационного пространства, содержащего данные об участниках инновационного процесса, структуре существующего рынка, данные о технологических запросах и предложениях.

Особый подход требуется в решении вопросов обеспечения преимущественного доступа победителей инновационных конкурсов к финансовым ресурсам (льготные кредиты, инвестиции под различные формы государственных гарантий).

Анализ эффективности выставочных мероприятий привел к необходимости поиска перспективных выставочных технологий с учетом современных направлений. В этом смысле Интернет – самый удобный для потенциальных экспонентов и посетителей способ обмена информацией. Для научных и образовательных организаций и фирм-производителей созданы новые условия осуществления рекламно-информационных мероприятий, открыт доступ к международной аудитории. Все большее число компаний совмещают рекламу в традиционных СМИ с информационными мероприятиями в Интернете. Количество выставочных фирм, сайт которых выполняет также и информационную функцию, оценивается в 65% от их общего числа. Глобальная сеть Интернета становится практически незаменимым инструментом для осуществления маркетинговых программ. Выставки обеспечивают панорамный обзор спроса и предложения, новинок и тенденций рынка.

Перспективы выхода России на международный рынок, степень ее интеграции в мировую экономику во многом зависят от повышения уровня конкурентоспособности отечественного производства. Значительную роль в этом призвана сыграть система маркетинговых коммуникаций. В настоящее время федеральными и региональными органами исполнительной власти, ведущими российскими выставочными компаниями предпринимаются усилия по поиску и совершенствованию форм и технологий выставочной деятельности, которые обеспечат национальное и международное признание России как одного из центров выставочного бизнеса и равноправную интеграцию страны в международную систему научно-технического и технологического сотрудничества.

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СВОБОДА ОБЩЕСТВА И СОЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ**

**Р.К. Искендеров**

*Бакинский филиал Академии труда и социальных отношений*

В условиях рыночной экономики обычно больше всего мы говорим об экономической свободе отдельных фирм и корпораций и при этом забываем о свободе самого общества и государства. Предприятия и отдельные люди, работники не могут быть свободными, если само общество не является свободным. В настоящее время трансфор-